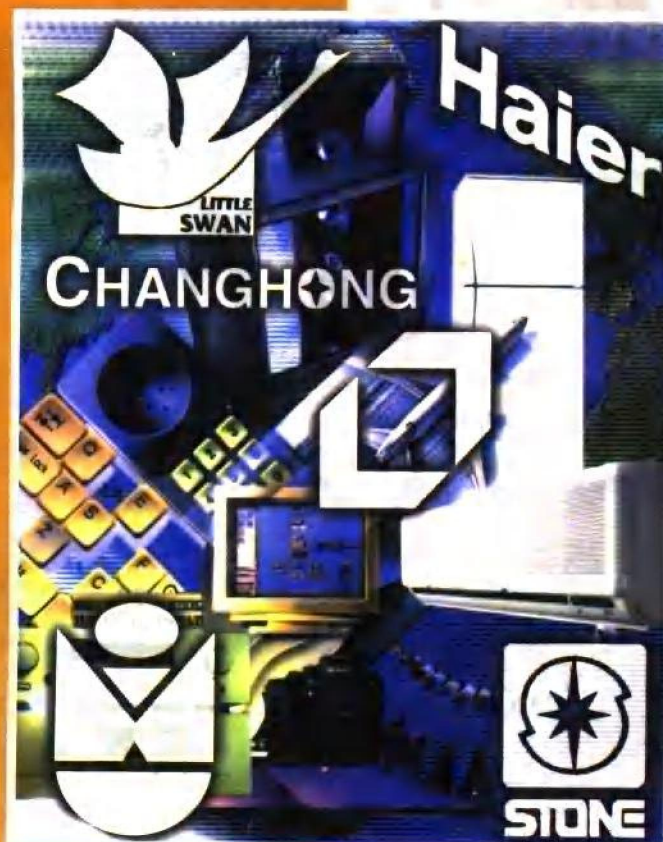


21 世纪企业品牌实战通鉴

品牌竞争制胜之谋

晓 钟 编著



经济管理出版社

责任编辑 卢小生
版式设计 陈 力
责任校对 郭缸生

图书在版编目 (CIP) 数据

品牌竞争制胜之谋/晓钟编著. - 北京: 经济管理出版社,
1999.4

(21 世纪企业品牌实战通鉴)

ISBN 7-80118-785-7

I. 品… II. 晓… III. 产品质量-质量管理-研究 IV.
F273.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 06731 号

21 世纪企业品牌实战通鉴
品牌竞争制胜之谋
晓 钟 编著

出版: 经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同 8 号 邮编: 100035)

发行: 经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷: 北京银祥印刷厂

850×1168 毫米 1/32 10.5 印张 260 千字

1999 年 4 月第 1 版 1999 年 4 月第 1 次印刷

印数: 1—6000 册

ISBN7-80118-785-7

定价: 16.00 元

·版权所有 翻印必究·

(凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社发行部负责调换。

地址: 北京阜外月坛北小街 2 号 邮编: 100836)

21 世纪企业品牌实战通鉴（代序）

翻开一部现代企业经营史，可以看出，世界著名企业的生存与发展，无不依靠了令人叫绝的品牌谋略。在他们当初手中没有多少资金和技术时，仅仅掌握一个好品牌就可发迹；在他们事业大发展时，叱咤商界，克敌制胜，仍需依靠品牌谋略鼎力相助。

在奔驰、雀巢、拜耳、百事可乐、可口可乐、味素、宅急便的经营中，品牌广告诱惑立下过累累战功；本田、通用、福特、富士、麦当劳、任天堂、马自达等著名公司的品牌竞争谋略使之长胜不衰；世界经营老手们各有一套品牌经营运作之道；万宝路、TOYS 玩具店，以及中国一汽、长虹、燕京与青岛啤酒、张裕葡萄酒等也各自形成了品牌资本运营的战略；品牌成名有一套命名、扬名、护名的成功策略，至于许多行业中优秀的经营者靠品牌谋略每每得手之例更是举不胜举，比比皆是。

因此，市场的竞争在某种意义上来说就是品牌谋略的竞争。谁能运用恰当的品牌谋略，谁就能赢得市场，获得财富。所以，品牌谋略受到青睐也就顺理成章了。早在 1904 年，美国就成立了全球第一家品牌谋略公司，这就是著名的兰德公司。此后，其他国家也纷纷成立类似的公司，到目前，全球靠品牌谋略挣钱的咨询与信息服务业每年的营业额可达数千亿美元。

曾经成功地指导雀巢公司度过严重“信誉危机”的世界著名公关专家帕根说过：“我是用智慧挽救了雀巢。任何一家试图长久生存并发展的企业都离不开品牌谋略来相助。”

生意场上风恶浪险，商海沉浮世不罕见。市场经济大潮中，商家都是弄潮者，他们或被卷上浪尖，或被沉入海底，或成功地

扬起风帆，或悲惨地船破身亡。同样的时代，同样的天地，为什么有人“弄潮”能满载而归，有人“弄潮”却葬身鱼腹？

毫无疑问，成功与否，取决于个人的才干与品牌谋略，机遇总是赐给有才干的人，赐给运用品牌谋略得当的人。

然而，才干绝非天生之物，它需要经验的滋养、实践的锤炼，而了解吸取前人的成功经验与失败教训，无疑对增进自己的才干有事半功倍之效。

为了提供有益的借鉴，我们推出这套《21 世纪企业品牌实战通鉴》，借 20 世纪中外著名企业的经典范例、经营杰作，希望其成功的品牌经营之道、广告诱惑之诀、竞争制胜之谋、成名造势之路、资本运营之势等等能给广大的读者，特别是工商金融界人士以启发，为 21 世纪企业品牌实战予以通鉴参考。

现代商战不仅是实力的较量，更是智谋的较量。纵观古今中外的商战史，无论是资金雄厚，还是白手起家，最后能力挫群雄，称王争霸的胜者，无不是在竞争中善于运用智谋的结果。

当然，沧海桑田，时过境迁，在社会主义市场经济大潮中，我们不能将他们的成功经验机械地视为 21 世纪的航标，但我们至少可以从他们卓有成效的航迹中获得一些有益的线索，以利自己到达胜利的彼岸；即使他们或曾有过的失败教训，也可资借鉴，有利于我们绕过暗礁，避开漩涡，迎风破浪，化险为夷。

最后，衷心希望本套丛书能成为广大读者在 21 世纪中的成功阶梯，助你顺利登上光辉的顶峰。

晓 钟

1999 年 1 月于北京北郊

目 录

§ 1 品牌竞争的弱肉强食	(1)
1.1 物竞天择：适者生存	(1)
1.2 优胜劣汰：社会进步之母	(8)
1.3 竞争成因：供需矛盾	(17)
1.4 品牌竞争：大鱼吃小鱼	(25)
§ 2 品牌竞争的商家对头	(33)
2.1 现有竞争对手的竞争	(33)
2.2 潜在竞争对手的竞争	(37)
2.3 替代产品的竞争	(41)
2.4 购买者的议价能力	(43)
2.5 供应者的争价能力	(45)
§ 3 品牌竞争类型与规则	(48)
3.1 竞争的类型	(48)
3.2 现代公平竞争	(53)
3.3 公平竞争规则	(65)
§ 4 品牌竞争的技术领先战略	(76)
4.1 品牌竞争技术领先战略的标准和要求	(76)
4.2 技术领先战略对后来者居上的基本要求	(80)
4.3 品牌技术领先战略的技术开发	(85)
4.4 品牌技术领先与技术追随	(91)
4.5 品牌技术领先者的产业位次对策	(98)
4.6 微软品牌技术领先战略成功的秘密	(105)

§ 5 品牌竞争的最低成本战略	(113)
5.1 品牌成本领先战略的驱动因素	(113)
5.2 品牌成本领先战略的成本优势	(126)
5.3 品牌成本领先战略的制定	(132)
5.4 品牌成本领先战略的实施	(138)
§ 6 品牌竞争的差别优势战略	(148)
6.1 品牌竞争中的差别优势	(148)
6.2 品牌差别优势的驱动因素	(153)
6.3 品牌差别优势战略的制定	(169)
6.4 品牌差别优势的持久性	(176)
6.5 品牌差别优势战略的实施	(181)
6.6 富士胶卷的差别优势战略	(188)
6.7 土星汽车差别优势战略获得成功	(194)
§ 7 品牌竞争的规模扩张战略	(201)
7.1 品牌规模扩张的一般模式	(201)
7.2 品牌规模扩张的名牌效应	(210)
7.3 品牌规模扩张的集团化发展	(213)
7.4 品牌规模扩张的多样化发展	(219)
7.5 AMAX 铝业公司规模优势战略	(226)
7.6 日本味素的海外扩张	(235)
7.7 格兰特盲目扩张战略的失败	(239)
§ 8 品牌竞争的专一化服务战略	(246)
8.1 品牌专一化服务的市场细分化	(247)
8.2 品牌专一化服务中细分市场的吸引力	(252)
8.3 品牌专一化服务优势战略的选择	(254)
8.4 品牌专一化服务优势中的陷阱与机会	(260)
8.5 办公大王公司专一化服务增强了竞争力	(267)

8.6	任天堂公司专营儿童游戏机的奇迹·····	(275)
§9	品牌竞争的企业形象战略 ·····	(280)
9.1	品牌竞争中企业形象战略的构成要素·····	(280)
9.2	美国式企业形象战略的特点·····	(286)
9.3	日本式企业形象战略的特点·····	(289)
9.4	中国特色的企业形象战略·····	(291)
9.5	世纪末企业形象战略的发展趋势·····	(298)
9.6	日本马自达的企业形象战略·····	(310)
9.7	太阳神集团企业形象战略的启示·····	(319)
9.8	乐凯公司以企业形象战略走向辉煌·····	(322)

§ 1 品牌竞争的弱肉强食

对于竞争，人们司空见惯。在自然界，动物间的“大鱼吃小鱼，小鱼吃虾米”，植物间的争阳光，争水分等都是竞争。而企业品牌竞争具有强烈的竞争性。人类就生活在充满竞争的社会环境里。

大千世界，因竞争而充满生机与活力！

芸芸众生，因竞争才不断开化与进步！

1.1 物竞天择：适者生存

“物竞天择，适者生存”，是自然界、生物界和人类社会的普遍规律。天体演化学说已经证明：整个太阳系中各大行星运动的轨道就是长期汰劣留良的竞争结果。太阳形成之初，比现在具有更多的能量，年轻的太阳爆炸时抛出的物质数量巨大，这就形成了很多绕它旋转的行星。经过天体的相互碰撞、合并和相互作用之后，淘汰了一大批不具有安全轨道的行星，保留了那些具有安全轨道的行星。我们今天所见到的太阳系就是这种淘汰的结果。

在生物界，动物间弱肉强食的生存竞争，人们已是屡见不鲜，而植物间生存竞争的秘密也正在进一步被科学家们所揭开：植物能感知邻近有没有其他植物存在，它们靠这种本领互相竞争阳光。植物有两个独立的测光系统：一个系统测蓝光，主要搞清太阳在什么地方，并确定叶子的位置，使叶子间尽可能少地遮住阳光；另一个系统测红光，植物依靠这个系统相互感知，一旦发现邻近有其他植物，就使自己的叶子向有阳光的地方生长，植物

间就这样为获取更多的阳光而展开竞争。

在人类社会，更是充满了竞争，可以说，人类的历史就是一部竞争的历史。早在 250～300 万年前，人类处在直立人——早期智人时期，就存在着争夺采摘野果、争夺猎物的竞争，到了距今今天四五十万年前，人类进入了晚期智人时期，又出现了争夺领地、争夺生活资料的竞争。随着生产力的发展，阶级的出现及国家的诞生，竞争越来越广泛，越来越激烈。从阶级斗争到派系之争，从唇枪舌战到流血征伐，从考场竞争到体育竞赛，从经济竞争到政治文化竞争，人类社会呈现在人们面前的是一幅幅惊心动魄、波澜壮阔的竞争图！

竞争具有永不停息、不断扩展的本性。随着生产力的发展，它涉及的范围越来越大，也越来越激烈。如果说在自然经济占统治地位的小农经济社会里，比邻村落的人群可以“鸡犬之声相闻，老死不相往来”，那么到了生产商品化、交通现代化、通讯网络化的当代社会，栖息在 1.5 亿平方公里地球陆地上的 50 多亿人，却如同共居在一个村落里，息息相通，往来不绝。如果说在古代人类竞争主要局限在国内或邻国之间，那么到了今天，人类竞争早已超过国门，在全球范围内展开。我们正处在一个全球竞争的时代！

当今的国际竞争是一场涉及经济、科学、技术、军事、政治、意识形态等各个领域的全面竞争。在这场全面竞争中，其主体是经济竞争，这是因为衡量一个国家的竞争力主要看其经济实力。现在世界上所进行的是一种无烟的战争——商战。一个国家必须占领更大的国际市场，才能获取更多的利润，才能富裕，才能在国际事务中有发言权。

日本和德国在第二次世界大战中都是战败国，但是在战后的商战中却都是胜利者，日本的国民生产总值已列世界第二，且是世界上最大的债权国。原联邦德国在西方主要工业国中名列第

三，把英国、法国、意大利远远抛在后头。日本虽然国土不大，资源匮乏，但就是因为它经济实力雄厚，因此，在国际事务中就有发言权。原联邦德国依仗自己的经济实力，在欧洲事务中大有将执牛耳之势。另外，国际意识形态的竞争也取决于经济竞争。东欧、前苏联之所以会发生巨变，原因当然是多方面的，但最主要的是原有的体制阻碍了生产力的发展，国民经济停滞不前。

正是由于经济竞争在国际竞争中的主体地位，当今世界各国都在致力于经济的发展，各国政府都在千方百计增强本国的经济实力。美国为了保持自己世界霸主的地位，一方面调整国内经济政策，以刺激生产的发展；另一方面与加拿大、墨西哥组成北美自由贸易区，成为当今世界上最大的经济自由贸易区。欧洲共同体各国为了在同美、日的经济竞争中获胜，也于 1993 年 1 月 1 日正式建立一个统一的大市场。日本由于自己由美国的保护国转为其最大的竞争对手，面对美国企业、大学和科研机构对它采取的“不送给、不让看、不告知”尖端技术情报的“三不主义”，正将以前由引进国外科技发展为主转为“科技立国”战略，投入巨资开展尖端科学技术的研究，争取进一步推动经济的发展。

为了推动经济的发展，提高竞争实力，科技领域的竞争正在各国间空前激烈地展开，如在信息技术方面，日本富士通公司 1988 年 12 月 6 日宣布，它已开发出世界上最新的单处理机超级计算机，其处理速度达每秒 40 亿次浮点运算，而美国俄勒冈州一家计算机公司则宣布，它的 T—400000 时间序列机最高速度可达到每秒 2620 亿次浮点运算。日本从 1983 年就开始研制第五代计算机，官方已为此花了 2.33 亿美元。美国也不甘示弱，已投入 3.27 亿美元的研制费用。对于高分辨率电视技术，日本已花去 7 亿美元，欧洲每年花 2 亿美元，而美国 16 家公司已决心进行联合开发，以免落在日本人的后面。

从以上事实中，我们可以看到当今世界科技竞争是何等激

烈，世界各国都不愿落在别人的后面，都想超越他国，独领风骚。

国际竞争的大潮已席卷全球的每一个角落，就连古巴、朝鲜、越南也在开始打开国门，参与国际竞争，追赶发达国家。古巴已允许外国人在其境内投资办厂，租赁经营。朝鲜于1992年10月20日颁布了《外国人投资法》、《外国独资企业法》和《合作法》，以鼓励外商在其境内兴办三资企业，推动和扩大引进外资，从而促进本国经济的发展。《外国人投资法》等三项法律是朝鲜在总结前几年合资经营工作经验和参照外国引进外资做法的基础上制定的。这些新法律的一个重要内容是允许向外商出租土地。目前，朝鲜正努力发展国际经济技术合作和引进外来资金。1991年12月，它就已宣布在先锋、罗津地区设立621平方公里的自由经济贸易区。随着这些新的投资法规的颁布和实施，将为朝鲜引进更多的外来资金和促进其对外经济合作开辟一个良好的前景。

越南自从1986年的越共“六大”确立了革新开放的路线以后，改革开放的步伐很快。已由一个缺粮国一跃而成为世界第三大米出口国。价格改革一步到位，各种商品的价格已全部放开，实行市场调节。越南吸引外资也成效显著，到1992年已有416个合资项目上马，外商投资额为33.5亿美元，其中第三产业项目近百个。投资外方主要来自法、韩、日、台、港等国家和地区。1992年一年的外国投资就达到18亿美元。一些外国舆论认为，越南很可能借外资的东风，成为亚洲经济发展“第四浪潮”的一个主角。

“沉舟侧畔千帆过，病树前头万木春”。在这场你追我赶、百舸争游的国际竞赛中，不进则退，不奋力争先就会被别人甩在后头。纵观历史，我们就会看到19世纪是英国的世纪，大英帝国称霸世界，被喻为“日不落国”，英镑是世界上最强的贸易货币。

可是到了 20 世纪则为美国所取代，美国从第二次世界大战以后，成了世界的霸主，美元成了国际贸易的最主要货币。80 年代以来，日本经济又后来居上，正欲取美国而代之。英国本世纪以来不仅失去了世界霸主的地位，而且一直在走下坡路，1957 年被原联邦德国赶上；1965 年被法国赶上，1972 年被日本赶上，后又被意大利抛在了后头，现在西班牙和韩国正在赶超它。可以预见，如果英国不奋起直追，迎头赶上，将沦为二流国家。

放眼当前世界，竞争大潮汹涌澎湃，惊涛拍岸。在这场全球性的经济、政治、科技、军事的大赛中，我们中国又处在一个什么样的地位呢？从全球的角度看，我国不仅在近代大大落后于西方，即使新中国成立以后的几十年里，我们的发展水平也不容乐观。虽然新中国成立这几十年来，我国的经济有了比较大的发展，我们与自己的过去比，确实成绩喜人。但与发达国家相比，差距仍然很大。就劳动生产率方面来看，我国创造每亿美元国民生产总值消耗的能源等于日本的 6.1 倍，美国的 2.3 倍。每个采煤工人一个劳动日采煤量，我国是 1 吨，美国是 8.2 吨，原联邦德国是 3.15 吨，日本是 2.8 吨。每个炼油工人一年炼油，我国是 938 吨，日本是 9318 吨，我们只有日本的 1/10。每个水泥工人年产水泥，我国是 255 吨，日本是 4363 吨，我们是日本的 1/17。我国每个农业劳动力可养活 3 人，美国是 50 多人，荷兰是 70 多人。

据世界银行 1987 年度报告，中国的人均国民生产总值在 128 个国家中的排位总是徘徊于倒数第二十多位，与索马里、坦桑尼亚相近。

1955 年，中国的国民生产总值占世界份额是 4.7%，而 1980 年下降到 2.5%。

1960 年，中国的国内生产总值与日本相当，1980 年只占日本的 1/4，1985 年下降到 1/5，到 1992 年仅为 1/8。

1960年，美国的国内生产总值超过中国4600亿美元，到1985年超过36800亿美元，1992年已超过55100亿美元。

再从人均国民生产总值方面看，1992年，美国23465美元，法国20600美元，英国18227美元。日本和意大利1991年人均分别为27582美元和19892美元。

在亚洲，被誉为“四小龙”的新加坡、香港、台湾、韩国在50年代末、60年代初与中国大陆的发展水平相当，可是经过30年，到1987年，人均年产值新加坡、香港都已达8000美元，台湾4700美元，韩国2850美元，而我国大陆只有近900美元。到1993年，“四小龙”的人均年产值又翻了一番多，其中香港人均1.85万美元，新加坡人均1.644万美元，台湾人均1.0215万美元，韩国人均6740美元。我国大陆与他们的差距就更大了。

严峻的事实又一次向中国人民敲响了警钟。在当今全球竞争的大潮中，如果我们还在原来的老路上踏步不前，那么将会再次遭受近代史上的耻辱，将会有被开除“球籍”的危险！

在决心已定，要与世界强国试比高的时候，首先必须弄清楚，我们与世界发达国家的差距不断拉大的原因在哪里？我们认为，导致落后的原因是多方面的，但最主要的原因是是否鼓励竞争的差别。新中国诞生后，我们建立的经济体制是高度集中统一的计划经济体制。社会经济生活缺乏合理的竞争，大锅饭、铁饭碗使人们的积极性和创造性得不到激励，整个社会经济发展缓慢，出现了与西方发达国家的差距越来越大之后果。

而西方从近代以后所实行的是一种鼓励自由竞争的制度，与垄断必然导致腐败和停滞相反，自由竞争则会带来持续的繁荣。这就正如曾任原联邦德国经济部长、总理、新自由主义学派的经济理论家路德维希·艾哈德所说：“自由竞争是实现基本经济目标的最好手段，是社会主义市场经济制度的主要支柱，只有通过自由竞争和自由定价，才能保证经济体系协调地顺利地进行。凡是没有

竞争的地方，也就没有进步，久而久之，社会就会停滞不前。”“竞争是获致繁荣最有效的手段。只有竞争才能使作为消费的人们从经济发展中受到实惠。它保证随着生产力的提高而来的种种利益，终于归人们享受。”（路德维希·艾哈德：《来自竞争的繁荣》第4页，商务印书馆1983年版。）第二次世界大战以后，原联邦德国正是在艾哈德的这一经济思想的指导下，从战争的废墟下爬起来，重建家园，迅速实现了经济繁荣。艾哈德因此赢得了“联邦德国经济奇迹之父”的美誉。

竞争带来繁荣，排斥竞争导致停滞，这一点西方的古典经济学家们就已认识到了。古典经济学的集大成者亚当·斯密在其经典著作《国民财富的性质和原因的研究》一书中，就强调了自由竞争的重要性，主张要让竞争这只“看不见的手”去协调整个社会的经济运行。认为通过自由竞争“就必然竭力使社会的年收入尽量增大起来。”（亚当·斯密：《国民财富的性质和原因之研究》下卷，第27页，商务印书馆1972年版。）在该书中，亚当·斯密还对当时中国封建社会经济长期停滞落后的原因进行了分析。他认为：中国社会经济之所以长期停滞和落后，原因之一是由于封建政府所采取的对内缺乏自由的政策，使中国的工商业处于层层束缚之中，严重限制和扼杀了国内一切富有生机的竞争；原因之二是由于封建政府所采取的闭关自守的经济政策，把中国经济长期排斥在国际竞争之外，断绝了一切学习外国先进技术和经营方式的机会。既缺乏国内自由竞争，又没有参与国际竞争，社会生产力必然停滞不前。

亚当·斯密并没有到过中国，可是他对当时中国经济与社会长期停滞不前原因的分析却切中要害，发人深省。经过几十年苦苦探索的中国共产党和中国人民终于认识到竞争不是资本主义的专利品，它是社会活力的重要源泉之一，是社会发展的动力，中国要繁荣富强，要自立于世界民族之林，就必须引入竞争机制，

开展规范的、公平的竞争。我们由 70 年代末开始的改革开放，从一定意义上说，其改革的实质就是引入竞争机制，参与国际竞争。现在，社会主义需要竞争这已成为全国人民的共识，社会主义经济应是市场经济也已为党的第十四次全国代表大会所确认。竞争的大潮已席卷全国，人们不仅谈论竞争，参与竞争，而且要求规范、公平的竞争。使我们的社会成为规范、公平竞争的社会，这已成为时代的强烈呼唤，人民的共同心声！

然而，竞争对我们这个民族来说毕竟是个“新事物”。作为社会管理者，如何组织各类竞争，如何控制各类竞争，如何防止不正当竞争、野蛮竞争的发生，这一切都缺乏经验，尚需探索。作为社会的每一个成员，每一个商品生产者和经营者，面对竞争的海洋，有人可能会惊喜，也有人可能会沮丧；有人可能会跃跃欲试，也有人可能会担心害怕；有人可能已了解它的实质，也有人可能会对它有种种误解。竞争的大海是神秘的。它有时波澜不惊，有时却浊浪排空；有时像一只温顺的羔羊，有时又会像一头咆哮的雄狮。只有认识它的本质和规律的人，才能遨游于竞争的大海之中；只有具有很强的竞争能力和高超的竞争艺术，才能稳操船舵，劈波斩浪，驶向既定的港湾！这就是现代人所说的，“竞争如逆水行舟，不进则退，慢进也是退。”竞争的基本法则就是优胜劣汰。

1.2 优胜劣汰：社会进步之母

竞争作为人与人、集团与集团之间争优劣、比高下、赛胜负的角逐和较量的过程，其本质就是优胜劣汰。竞争是实力的较量，实力强者得以保存和发展，实力弱者被淘汰和灭亡；竞争是智慧的较量，有才能者得胜利，平庸愚劣者遭失败；竞争是意志的较量，意志坚强者能经受竞争风浪的考验，意志薄弱者则会被

竞争的大潮吓倒。物竞天择，适者生存，这是竞争的本质和普遍规律。竞争的这种优胜劣汰的根本属性就使得它既是一种激励机制，又是一种淘汰机制。作为激励机制，它使胜利者获得竞争目标，需要得到满足。胜利者还往往受到世人的敬慕和舆论的赞赏。作为淘汰机制，它使失败者失去竞争目标，需要得不到满足。失败者还往往受到世人的轻视和舆论的嘲弄。正是在竞争这种获胜奖赏的刺激和失败淘汰的压力下，才迫使社会成员不断进取，奋力向前，超越他人，从而最终融汇成社会进步的巨大洪流。因此，竞争在某种意义上可以说是社会进步之母，特别是文明的、公平的竞争对于推动人类社会的发展有着巨大的作用。

1. 推动经济迅猛发展

在经济领域中，竞争表现在各个企业为追求较多的经济利益而比产品价格、产品质量，比适销对路，比服务周全的优胜劣汰的过程。在商品经济中，由于价值规律的作用，作为商品生产者，就必然要以最小的投入获得最大的产出；作为商品销售者，他要选择最好的销售市场和销售价格；作为商品消费者，他购买的商品要力求价廉物美。从各个不同的环节看，无论是生产、销售还是消费，在其群体内部都有自己的同类选择者和竞争者，这种情况就必然促使各个企业要不断提高生产效率，提高产品的质量，降低成本，提高服务水平，不断革新，不断进步。否则就会被其他竞争者挤垮，导致破产倒闭。

马克思在谈到资本主义社会的竞争时就曾指出：“这是一个规律，这个规律一次又一次地把资产阶级的生产甩出原先的轨道，并迫使资本加强劳动的生产力，因为它以前就加强过劳动的生产力；这个规律不让资本有片刻的停息，老是在它耳边催促说：前进！前进！”（《马克思恩格斯全集》第6卷，第501页，人民出版社1974年版。）资本主义经济正是在竞争机制的推动下飞速发展，使“资产阶级在它的不到二百年的阶级统治中所创造

的生产力，比过去一切时代创造的全部生产力还要多，还要大。”（《马克思恩格斯选集》第一卷，第256页，人民出版社1972年版。）我国近二十年改革的实践也充分说明了竞争对经济发展的巨大推动力。在近二十年中，我们先后在农业和工业各企业逐步引入竞争机制，使国民经济飞速发展。1994年与1978年相比增长了近7倍，国民生产总值由1978年的5634亿元，增加到43800亿元。人均收入1976年为261元，1989年增加到1189元，1994年农村人均纯收入增加到1220元，城镇人均增加到3179元。可以预言，随着我国改革的进一步深化，竞争机制的进一步引入，我国国民经济将会有更加迅猛、持久的发展。

2. 促进科学发达和文化繁荣

科学、文化等只有在竞争的环境里，才能有蓬勃生机。“百家争鸣，百花齐放”就是对春秋战国时期我国文化领域里激烈竞争生动的写照。同时，它也是我们现在发展科学、繁荣文艺的指导方针。这就足以说明竞争对于促进科学发达、文艺繁荣的重要性。

科学领域的竞争，又称之为“学术争鸣”。科学理论只有通过学术争鸣，才能建立和发展起来。因为各种不同的学术观点只有展开论争，才能识别孰是孰非，辨别出真假对错，才能达到对事物的本质和规律的认识。正如东汉著名思想家王充所说：“两刃相割，利钝乃知；二论相订，是非乃见。”（王充：《论衡·案书篇》，上海人民出版社1974年版。）正是由于不断争鸣，不断形成新的科学理论，才使科学得到不断发展。整个科学发展史充分证明了这一点。像“太阳中心说”与“地球中心说”、“氧化说”与“燃素说”、“光的微粒说”与“光的波动说”的论争就是典型例证。

文化繁荣同样离不开竞争，只有在竞争的环境下，才会不断推陈出新，不断出现新的艺术形式、艺术品种，才能使文学家